

Office national du film du Canada

2011-2012

Rapport sur les plans et les priorités

L'honorable James Moore, C.P., député

Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles



Table des matières

Message du ministre	3
Message du commissaire	4
Section I : Survol	7
Raison d'être et responsabilités	8
Résultats stratégiques et architecture des activités de programmes (AAP).....	9
Tableau de concordance de l'architecture des AAP	10
Sommaire de la planification	11
Contribution des priorités à l'atteinte des résultats stratégiques.....	13
Analyse des risques.....	16
Profil des dépenses.....	18
Budget des dépenses par crédit voté	18
Section II : Analyse des activités de programmes par résultat stratégique.....	19
Résultat stratégique	20
Activité de programme par résultat stratégique	22
Activité de programme 1 : Production audiovisuelle	22
Activité de programme 2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire.....	25
Activité de programme : Services internes	31
Section III : Renseignements supplémentaires	33
États financiers prospectifs	34
Liste des tableaux supplémentaires.....	35

Message du ministre

Les organismes du portefeuille du Patrimoine canadien travaillent de près avec des partenaires de partout au pays afin de remplir leur mandat et de réaliser les objectifs du gouvernement du Canada liés aux arts, à la culture, au patrimoine et à la participation citoyenne. Je suis heureux de présenter le *Rapport sur les plans et les priorités* de 2011-2012 préparé par l'Office national du film (ONF).



Alors que la technologie numérique change la manière de créer et de consommer du contenu culturel, le rôle unique de producteur et distributeur public que joue l'ONF est essentiel. Celui-ci est reconnu de par le monde pour la qualité exceptionnelle de ses productions, pour la pertinence de ses œuvres et de plus en plus pour la façon dont il tire parti du potentiel sans précédent de la révolution numérique. Joueur clé sur l'échiquier de l'économie numérique dans le domaine audiovisuel, l'ONF propose des œuvres canadiennes audacieuses qui investissent la panoplie des plateformes de diffusion en mettant à profit leur potentiel créatif et leur capacité jamais vue à atteindre le public.

Tout en conservant une présence solide dans les modes traditionnels de distribution et de diffusion, l'ONF fait appel à Internet et aux plateformes mobiles pour diffuser ses œuvres et créer des lieux d'échanges. L'ONF peut ainsi toucher les Canadiens de façons novatrices et utiles et les encourager à participer pleinement à la société. Ces expériences rassembleuses permettent à l'ONF de contribuer au dynamisme du Canada, faisant ainsi du pays un chef de file mondial de la créativité et de l'innovation.

Je suis fier que l'ONF s'engage à poursuivre ses efforts en vue d'accroître la qualité de vie des Canadiens et le dynamisme culturel, social et économique du Canada. J'invite tous ceux et celles qui désirent avoir un aperçu des responsabilités et des activités de l'ONF à prendre connaissance de ce rapport.

L'honorable James Moore, C.P., député

Message du commissaire

Depuis les trois dernières années, l'ONF s'est imposé comme un chef de file mondial dans l'univers en constante évolution des médias numériques. En tant que producteur et distributeur public du Canada, nous avons innové en créant de nouvelles façons de mettre une collection patrimoniale unique à la disposition de tous les Canadiens. Nous avons établi de nouveaux modes de création qui édictent les normes quant aux formes d'art et de divertissement de l'avenir. Enfin, nous avons mis au point de nouveaux systèmes et des façons de travailler dans l'ère numérique qui augmentent grandement la productivité et qui attirent sur nous l'attention du monde entier.

La prochaine étape consistera à consolider notre leadership en tant que principal laboratoire de l'avenir numérique du Canada en matière de création, de distribution, de structure organisationnelle et de modèle économique. Nous allons ajouter 300 œuvres complètes aux presque 1600 déjà accessibles. Nous veillerons également à développer de nouvelles fonctionnalités et à améliorer l'interactivité de l'utilisateur dans notre Espace de visionnage en ligne. Nous allons miser sur le succès des applications pour iPhone et iPad et créer des applications pour d'autres plateformes mobiles, comme Android et Blackberry.

Nous allons créer un Espace de visionnage à vocation éducative comprenant 450 titres supplémentaires ainsi que des outils pédagogiques sophistiqués. Par exemple, nous avons travaillé en collaboration avec des enseignants afin d'établir une correspondance entre les œuvres disponibles et le curriculum en vigueur dans chaque province. Les professeurs seront en mesure de mettre les œuvres en signet et d'aller directement à la partie de l'œuvre qui est en lien avec leur matière. Nous mettrons aussi en ligne des guides d'enseignement. D'autres caractéristiques permettront aux professionnels de l'éducation d'exploiter le plein potentiel pédagogique de l'univers numérique.

Nous prévoyons établir de nouveaux partenariats pour la distribution en ligne et accroître le nombre de chaînes ONF afin d'élargir la portée de notre travail. Nous comptons actuellement parmi nos partenaires des sites à achalandage élevé comme YouTube, Hulu et MSN, et sommes en négociations avec l'un des plus importants sites de vidéos en ligne de la Chine afin de créer une version chinoise du site ONF. Des partenariats comme celui-ci font découvrir le Canada au monde entier et nous offrent de nouvelles sources de revenus possibles grâce à des ententes de partage des recettes bénéfiques aux deux parties.

Nous allons également ajouter des services transactionnels sur ONF.ca. Nous pourrons ainsi offrir pour la toute première fois aux consommateurs une option d'achat par

téléchargement (souvent demandée par nos internautes). Nous aurons également la possibilité de leur proposer des services de vidéo sur demande par abonnement. La collection continuera d'être accessible gratuitement grâce à la diffusion en continu. Nous sommes convaincus que le modèle mixte de contenus gratuits-payants contribuera à générer les recettes dont nous avons besoin pour poursuivre notre travail. Chaque cent est réinvesti afin d'offrir aux Canadiens l'importante programmation qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs.

Cette capacité transactionnelle sera la pierre angulaire d'une toute nouvelle stratégie d'affaires où l'ONF explorera d'autres modèles de gestion et de nouveaux partenariats d'une façon qui n'est pas à la portée du secteur privé. L'expérience acquise et les leçons apprises seront partagées avec le secteur privé.

Du côté de la production, 2011 marquera le « dévoilement » de nouvelles formes importantes de création interactive. Déjà, nos œuvres sont saluées comme des précurseurs de l'avenir de la production audiovisuelle, et elles récoltent de prestigieux prix sur la scène nationale et internationale. Récemment, *Telerama*, la plus importante publication à grande diffusion de la France sur le domaine des médias, a parlé de cinq « perles » interactives, dont deux de l'ONF. Cette année, nous procéderons au lancement d'un ensemble de productions qui éblouiront par leur intensité, leur forme et leur contenu. Nous allons nous pencher sur des sujets aussi variés que la prolifération nucléaire, la santé mentale et les préoccupations environnementales en recourant à des méthodes et techniques qui intègrent le potentiel créatif de l'interactivité, des réseaux sociaux et de la géolocalisation.

Certains des plus grands créateurs du Canada se tournent vers l'ONF pour avoir la liberté de produire des œuvres qu'il leur serait impossible de créer ailleurs. Sarah Polley lancera son premier long métrage documentaire. Paule Baillargeon explore l'animation et le documentaire pour raconter son histoire la plus intime à ce jour. Lea Pool fait une incursion dans le monde du documentaire social et jette un regard aigu sur les organisations caritatives financées par les entreprises afin de soutenir la recherche sur le cancer. Des œuvres de cinéastes inuits et autochtones de partout au pays envahiront les écrans.

Notre approche unique à l'égard de la numérisation de notre collection a attiré l'attention de grandes sociétés comme la BBC, Turner et Disney. Nous allons entreprendre la mise en œuvre d'un nouveau plan de conservation audacieux pour assurer la protection du patrimoine audiovisuel de l'ONF pour les générations du futur, qu'il s'agisse d'œuvres sous forme traditionnelle ou interactive.

Être au service des Canadiens et des Canadiennes demeure notre grande priorité. Je vais poursuivre ma tournée afin de rencontrer les citoyens d'un bout à l'autre du pays, d'être à l'écoute de leurs préoccupations et de leurs besoins, et de discuter avec eux pour tenter de comprendre comment les institutions publiques du secteur culturel peuvent mieux les servir.

Nous nous sommes fixés un objectif ambitieux, celui de brancher les Canadiens et le monde entier sur notre culture audiovisuelle par de nouveaux moyens inattendus et fantastiques, qui feront de l'ONF le pivot du succès de tout l'écosystème audiovisuel du Canada.

Tom Perlmutter

Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film

Section I : Survol

Raison d'être et responsabilités

L'Office national du film est une agence fédérale relevant du portefeuille du Patrimoine canadien établi en 1939 et qui pour mandat la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles originales, novatrices et audacieuses qui contribuent à notre compréhension des enjeux qui touchent les Canadiens et Canadiennes et qui favorisent la promotion des valeurs et points de vue canadiens au pays et dans le monde.

Depuis sa création, l'ONF produit des œuvres qui témoignent de la richesse et de la diversité canadienne. Celles-ci explorent des enjeux sociaux contemporains par l'entremise du documentaire d'auteur, de l'animation et maintenant des nouveaux médias. L'ONF joue un rôle important dans la commémoration des changements et des événements qui marquent la société canadienne.

En soutenant les cinéastes de la relève et les membres des différentes communautés culturelles et linguistiques, des peuples autochtones et des personnes handicapées, l'ONF s'assure que ses œuvres audiovisuelles sont le reflet de la diversité du pays et qu'elles illustrent les nouvelles réalités socio-culturelles du Canada.

L'ONF propose de nouvelles voies au documentaire d'auteur, à l'animation et aux productions interactives et plus de poursuivre l'exploration de nouveaux horizons à l'ère numérique. En tant que laboratoire innovant et créatif, l'ONF développe une nouvelle grammaire cinématographique qui se manifeste par de nouveaux formats de création et de diffusion numérique et par la production stéréoscopique (3D).

La population canadienne, et celle du reste du monde, a désormais accès à son remarquable patrimoine audiovisuel. En effet, par le truchement de ONF.ca, les publics canadiens et étrangers ont un accès inégalé à la riche collection d'œuvres qui reflètent la culture et les valeurs du Canada. Ils y accèdent au moment, à l'endroit et sur la plateforme de leur choix. De plus, offrant du contenu de qualité dans les deux langues officielles aux maisons d'enseignement, l'ONF contribue à la transmission des valeurs canadiennes à la jeunesse du pays.

Dans ses activités de production et de distribution, l'ONF veille à demeurer une institution culturelle dynamique, nécessaire, pertinente et vitale pour la population d'ici, travaillant ainsi à la promotion d'un contenu canadien qui encourage la participation à la vie culturelle et communautaire, qui favorise une citoyenneté active, appuyant et solidifiant les liens qui unissent les Canadiens et Canadiennes.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'ONF, veuillez suivre le lien <<http://www.onf-nfb.gc.ca/fra/a-propos/organisation.php>>.

Résultats stratégiques et architecture des activités de programmes (AAP)

En accomplissant son mandat, l'Office national du film vise le résultat stratégique suivant :

Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

Architecture des activités de programme

Le tableau ci-dessous présente les activités et sous-activités de programme de l'ONF visant à concrétiser le résultat stratégique.



Tableau de concordance de l'architecture des AAP

Activité de programme (milliers \$)	Ancienne AAP 2010-2011	Nouveau AAP 2011-2012			
		Production audiovisuelle	Accessibilité et interaction avec l'auditoire	Services internes	Total
Production d'œuvres audiovisuelles	46 714	-3 699			43 015
Distribution, Accessibilité et rayonnement	12 733		3 170		15 903
Services internes	7 770			529	8 299
Total	67 217	-3 699	3 170	529	67 217

La nouvelle architecture des activités de programme sera en vigueur le 1 avril 2011. Elle comprend trois activités de programme, soit **Production audiovisuelle**, **Accessibilité et interaction avec l'auditoire** et **Services internes**. L'ancienne activité de programme **Productions d'œuvres audiovisuelles** a été renommée **Production audiovisuelle** tandis que l'activité de programme **Accessibilité et interaction avec l'auditoire** remplace l'activité de programme **Distribution, Accessibilité et rayonnement**. La seconde activité de programme évolue en fonction des priorités du plan stratégique de l'ONF et au gré des changements vécus dans l'industrie culturelle mondiale. Elle inclue dorénavant des sous-activités qui favorisent l'accès et l'interaction des différents publics sur une variété de plateformes. Il est important de noter que les activités de marketing des productions de l'ONF ainsi que celles touchant les activités de rayonnement national et international ne sont plus sous l'activité de programme **Production d'œuvres audiovisuelles**, mais bien sous **Accessibilité et interaction avec l'auditoire**. Les services internes n'ont pas changé.

Sommaire de la planification

Ressources financières (milliers de dollars)

2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014
66 782 \$	66 782 \$	66 782 \$

Ressources humaines (Équivalent temps-plein – ETP)

2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014
452	445	445

Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.	
Indicateurs de rendement	Objectifs ¹
Pourcentage de l'auditoire de l'ONF ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les histoires et les perspectives canadiennes.	75 % d'ici le 31 mars 2012 pour le sondage auprès du public canadien
Pourcentage d'œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne.	80%
Pourcentage d'œuvres achevées explorant les enjeux sociaux pertinents.	75%
Tendance dans la disponibilité des œuvres par plateforme. (nouvel indicateur)	Cadre et comparables en place pour le 31 mars 2011. Les cibles doivent être atteintes pour le 31 mars 2012.

¹ Le Cadre de gestion de la performance de l'ONF a été revu et corrigé pour mieux refléter la nouvelle architecture d'activités de programme. De nouveaux indicateurs ont été ajoutés. Les points de référence pour ces indicateurs seront déterminés durant l'année 2011-2012. L'ONF identifiera des cibles à long terme d'ici la fin de cette année.

Sommaire de la planification (suite)

Activité de programme (en milliers de dollars)	Prévision des dépenses 2010-2011	Dépenses prévues			Concordance avec les résultats du gouvernement du Canada
		2011-2012	2012-2013	2013-2014	
Production audiovisuelle	43 015 \$	42 753 \$	42 753 \$	42 753 \$	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.
Accessibilité et interaction avec l'audience	15 903 \$	15 778 \$	15 778 \$	15 778 \$	
Total des dépenses prévues	58 918 \$	58 531 \$	58 531 \$	58 531 \$	

Services internes (en milliers de dollars)	Prévision des dépenses 2010-2011	Dépenses prévues		
		2011-12	2012-13	2013-14
	8 299 \$	8 251\$	8 251\$	8 251 \$

Contribution des priorités à l'atteinte des résultats stratégiques

L'ONF canaliser ses activités selon les priorités opérationnelles et de gestion qui figurent à son Plan stratégique 2008–2012. Le présent Rapport sur les plans et les priorités fixe les objectifs à atteindre au cours de la période de planification.

***Résultat stratégique global :** Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

Priorités opérationnelles	Type	Liens avec les résultats stratégiques	Description
Leadership créatif et excellence de la programmation L'ONF exercera son leadership en tant que point de référence mondial en matière d'innovation et de création de contenu multiplateforme pour le documentaire, l'animation d'auteur, les œuvres numériques / nouveaux médias et d'autres nouvelles formes audiovisuelles.	Permanente	*voir Résultat stratégique global	<p>Pourquoi s'agit-il d'une priorité? Les œuvres de l'ONF offrent un point de vue canadien. Permet au Canada de rester à l'avant-scène de l'industrie culturelle.</p> <p>Plans en vue de donner suite à la priorité Programmation orientée vers les œuvres numériques multiplateformes. Poursuite du développement de nouveaux formats et de nouveaux modes de récit dans le domaine de la création et de la distribution d'œuvres numériques. Poursuite et consolidation de la découverte, du perfectionnement et de l'encadrement des talents et compétences en création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – en tant que relève. L'ONF continue la recherche de partenariats public-privé et maintien de ceux déjà en place.</p>

<p>Accessibilité étendue et engagement citoyen</p> <p>L'ONF facilitera et élargira l'accès des auditoires canadiens et étrangers à ses œuvres et à celles de ses partenaires et ce, sur toutes les plateformes pertinentes.</p>	<p>Permanente</p>	<p>*voir Résultat stratégique global</p>	<p>Pourquoi s'agit-il d'une priorité?</p> <p>Les auditoires comptent sur l'ONF pour avoir accès à du contenu canadien haute qualité, sur toutes les plateformes pertinentes.</p> <p>Favorise la cohésion sociale et l'engagement citoyen tout en élargissant son rayonnement.</p> <p>Important véhicule des valeurs canadiennes auprès de la jeunesse du pays.</p> <p>Plans en vue de donner suite à la priorité</p> <p>Augmentation de l'offre dans <ONF.ca>.</p> <p>Enrichissement de la présence en ligne avec partenaires de syndication de contenu.</p> <p>Élaboration de produits en ligne à l'intention du secteur de l'éducation.</p> <p>Approche marketing mieux structurée, davantage axée sur les priorités.</p>
<p>Passage au numérique</p> <p>En poursuivant la mise en œuvre de sa stratégie du numérique, l'ONF se dotera des moyens nécessaires pour exécuter son mandat de programmation, de distribution, d'accessibilité, de développement de nouvelles relations d'affaires et de préservation de son patrimoine audiovisuel.</p>	<p>Permanente</p>	<p>*voir Résultat stratégique global</p>	<p>Pourquoi s'agit-il d'une priorité?</p> <p>Opportunité extraordinaire de produire des œuvres innovatrices, interactives et pertinentes.</p> <p>Rend possible la numérisation de ses œuvres ce qui facilite l'accessibilité dans les formats et les supports que choisissent les Canadiens et les Canadiennes.</p> <p>Numérisation permet la préservation de notre collection pour les générations futures.</p> <p>Plans en vue de donner suite à la priorité</p> <p>Poursuivre le soutien technologique des productions interactives.</p> <p>Achèvement de la mise en œuvre du plan de numérisation et d'archivage numérique.</p> <p>Implantation d'un environnement de production et de distribution entièrement numérique.</p>

Priorités en matière de gestion	Type	Liens avec les résultats stratégiques	Description
<p>Renouveau organisationnel</p> <p>L'ONF deviendra un modèle d'organisme créatif du 21^e siècle, un organisme souple, efficace et efficient, un creuset d'innovation et de créativité qui valorise ses employés, qui collabore au moment voulu et de manière transparente avec les intervenants, qui offre une valeur sûre à la population canadienne et qui prend l'initiative de mettre en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement..</p>	Permanente	*voir Résultat stratégique global	<p>Pourquoi s'agit-il d'une priorité?</p> <p>À l'ONF, la créativité, l'innovation et l'efficacité sont des priorités qui se reflètent dans sa gestion.</p> <p>Pour permettre à l'ONF et à ses partenaires de l'industrie d'être plus concurrentiels dans l'environnement évolutif actuel.</p> <p>Plans en vue de donner suite à la priorité</p> <p>Continuer la mise en place de mécanismes d'intégration horizontale à travers toutes ses divisions.</p> <p>Le comité des opérations poursuivra ses activités de coordination opérationnelles à l'échelle de l'ONF.</p> <p>Continuer d'offrir à son personnel des possibilités d'épanouissement et d'avancement en misant sur la formation technologique.</p> <p>Appliquer les recommandations du Cadre de Responsabilisation de Gestion (CRG) pour l'année 2011-2012.</p> <p>Poursuivre les efforts de réallocation des ressources pour le virage numérique de manière toujours plus efficace.</p>
<p>Financement</p> <p>L'ONF continuera de mettre en œuvre des mécanismes de planification et de contrôles financiers afin de maximiser l'efficacité interne; ceux-ci incluront les nouvelles mesures du budget 2010 et les modifications à la directive sur la gestion des dépenses de voyages, d'accueil et de Il cherchera de nouveaux secteurs générateurs de revenus, fera fructifier ses partenariats dans des domaines comme le marketing et dynamisera ses activités de distribution traditionnelle.</p>	Permanente	*voir Résultat stratégique global	<p>Pourquoi s'agit-il d'une priorité?</p> <p>Pour réaliser son mandat à l'ère numérique, l'ONF doit pouvoir compter sur un financement constant et stable.</p> <p>Les nouvelles technologies qui permettent le passage à la production et à l'accessibilité entièrement numérique requièrent des investissements significatifs.</p> <p>Plans en vue de donner suite à la priorité</p> <p>L'institution informera ses employés de la nouvelle directive sur la gestion des dépenses de voyages, d'accueil et de conférences en plus de maintenir des mécanismes de contrôle toujours aussi rigoureux.</p> <p>L'ONF développera de nouveaux partenariats d'affaires.</p> <p>Les nouvelles fonctionnalités transactionnelles de ONF.ca permettront de générer des revenus supplémentaires</p> <p>L'ONF implantera une stratégie de marketing et de distribution mieux structurée et plus efficace.</p>

Analyse des risques

Le monde audiovisuel connaît de grandes mutations. Ces bouleversements sont stimulants certes mais ils exigent également des ajustements pour les différents joueurs des industries culturelles. Le morcellement des marchés, la multiplication de l'offre, la démocratisation de l'accès et de la participation sont de nouvelles réalités qui requièrent des adaptations et incitent à la recherche, à l'exploration et la création de solutions.

Industrie du cinéma et de la télévision

L'industrie canadienne du cinéma et de la télévision est de plus en plus fragile, l'ONF et ses partenaires en subissent les effets. Les modèles de télédiffusion traditionnels sont bouleversés, réduisant les possibilités de télédiffusion ainsi que les budgets de licence de diffusion.

Les revenus de la télévision traditionnelle ont chuté de 7,4 % en 2009². Selon le profil de l'industrie publié conjointement par l'Association des producteurs de film et de télévision du Québec (APFTQ) et la Canadian Media Production Association (CMPA), «la production de documentaires a diminué à 293 millions de dollars en 2009–2010, 14,1 % sous le volume enregistré au cours de l'exercice précédent. Cette réduction, la troisième en trois ans, l'a ramenée à son niveau le plus bas depuis 2001–2002³ ». De plus, le financement étranger accordé aux productions canadiennes a considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008⁴ et les activités de coproduction avec l'étranger ont diminué de plus de 50% pendant la même période⁵.

Bien que l'ONF est connu une augmentation de 7% de ses revenus (tous marchés confondus) en 2009-2010 par rapport à l'année précédente, les revenus provenant des diffuseurs publics et privés ont quant à eux chuté de 11%. L'ONF anticipe une baisse additionnelle de ceux-ci en 2011-2012. Pour la prochaine année, l'ONF entend développer de nouveaux mécanismes de vente en ligne pour atténuer les effets de cette diminution.

² Rapport de surveillance du CRTC sur les communications (2010)

³ Profil 2010, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada

⁴ Rapport de surveillance du CRTC sur les communications (2010)

⁵ Rapport de surveillance du CRTC sur les communications (2010)

Plateformes de diffusion

Dans le monde de la production audiovisuelle, la distribution de contenu migre de plus en plus vers les plateformes mobiles et Internet. La population canadienne regarde de plus en plus de contenu, incluant les productions télévisuelles, sur Internet. Plus de 96 % des foyers canadiens sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande et la demande pour les divers contenus, augmente à mesure que l'accessibilité des appareils multifonction se répand⁶. En plus de permettre de consommer le contenu selon leurs besoins individuels, cet accès procure aux Canadiens un plus grand choix sur la forme et la manière dont ils consomment ce contenu.

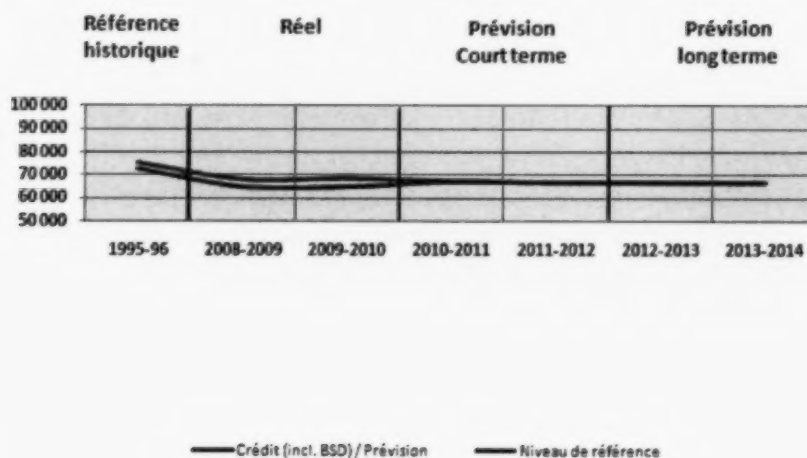
Les technologies numériques offrent un plus grand accès et une manière beaucoup plus efficace et efficiente de rendre disponible du contenu culturel aux Canadiens et Canadiennes, ainsi qu'au reste du monde. Il est de plus en plus urgent d'offrir un contenu canadien dans une espace numérique mondialisé dominé par du contenu étranger. Devant cet environnement en transformation, l'ONF offre une présence sur une multitude de plateforme. De plus, l'institution adoptera une approche encore plus efficace pour rendre son contenu accessible aux auditoires où qu'ils se trouvent.

L'environnement actuel nécessite que le contenu produit par les institutions publiques ou les compagnies privées soit numérisé et accessible au Canadien. En tant que gardien d'un vaste patrimoine audiovisuel dont la valeur culturelle est inestimable, l'ONF doit poursuivre la numérisation de sa collection de plus de 13 000 titres afin qu'elle soit préservée et accessible dans le futur.

Il y a toutefois des défis liés au financement de la numérisation, aux mises à jour technologiques et à la gestion des droits. L'ONF continue d'examiner continuellement ses activités afin de pouvoir allouer ses ressources là où les besoins technologiques le requièrent. En plus de connaître une baisse des revenus de télédiffusion, l'ONF connaît une diminution constante de son pouvoir d'achat en raison de la hausse des coûts du programme. Pour se doter d'assises financières plus solides, l'ONF continuera de mettre en œuvre des mécanismes de planification et de contrôles financiers afin de maximiser l'efficacité interne. Il cherchera de nouveaux secteurs générateurs de revenus, fera fructifier ses partenariats dans des domaines comme le marketing et dynamisera ses activités de distribution traditionnelle.

⁶ Rapport de surveillance du CRTC sur les communications (2010)

Profil des dépenses (en milliers de dollars)



Budget des dépenses par crédit voté

Les Budgets des dépenses par crédit voté sont présentés dans le Budget principal des dépenses est sont disponibles ici :

<http://www.tbs-sct.gc.ca/est-pre/20112012/me-bpd/info/info-fra.asp>.

Section II : Analyse des activités de programmes par résultat stratégique

Résultat stratégique

En remplissant son mandat, l'Office national du film vise le résultat stratégique suivant :

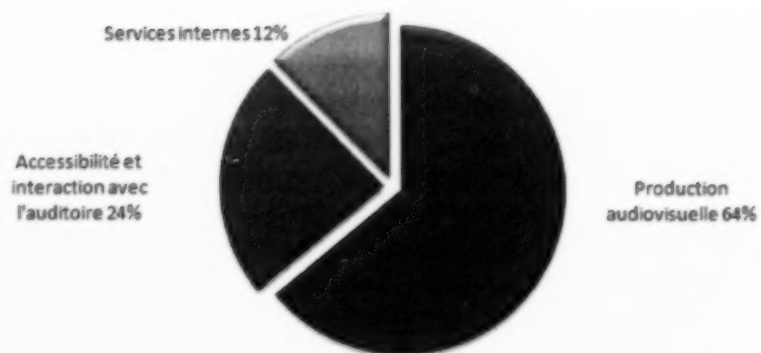
Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

L'ONF vise l'atteinte de ce résultat stratégique par deux principales activités de programme : **Production audiovisuelle** et **Accessibilité et interaction avec l'auditoire**. L'ONF poursuit le développement de nouveaux formats et de nouveaux modes de récit dans le domaine de la création d'œuvres numériques. Toujours à l'affût de créateurs, l'ONF soutient de façon continue la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et compétences chez les cinéastes émergents ou d'expérience issus de toutes les régions du pays et de ses diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques.

L'ONF utilise les nouvelles technologies pour faciliter et élargir l'accès à ses œuvres et à celles de ses partenaires, dans les deux langues officielles, auprès du public canadien de toutes les régions, tout en consolidant la présence du Canada dans l'univers numérique au moyen de sa marque reconnue de par le monde. Pour rejoindre ses publics, l'ONF accroîtra son offre sur ONF.CA et l'enrichira par la syndication et par l'élaboration de produits en ligne pour le milieu de l'éducation.

En produisant des œuvres audiovisuelles pertinentes, audacieuses et innovatrices, l'ONF permet au Canada de rester à l'avant-scène de la production et de la diffusion culturelle, tout en fournissant à la population canadienne divers outils contribuant à une meilleure compréhension du pays et du monde.

2011-2012
Distribution par activité de programme



Activité de programme par résultat stratégique

Activité de programme 1 : Production audiovisuelle					
Ressources humaines (ETP) et Dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2011-2012		2012-2013		2013-2014	
ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues
255	42 753 \$	255	42 753 \$	255	42 753 \$

Résultats attendus de l'activité de programme	Indicateurs de rendement	Objectifs
<p>Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices et reflètent la diversité des histoires et des perspectives canadiennes.</p> <p>Les cinéastes et les créateurs de contenu médiatique canadiens établis et de la relève qui travaillent avec l'ONF représentent la diversité canadienne et font entendre leur voix dans le secteur audiovisuel.</p> <p>L'ONF contribue à faire la promotion de la culture et des valeurs canadiennes dans les événements historiques et culturels de portée nationale.</p>	Pourcentage du public canadien percevant l'ONF comme une institution innovatrice et créatrice.	65% (innovatrice) d'ici le 31 mars 2012 75% (créative) d'ici le 31 mars 2012
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes issus des diverses communautés ethnoculturelles, régionales et linguistiques, par des cinéastes autochtones et par des cinéastes handicapés.	50% d'ici le 31 mars 2012
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes de la relève (y compris les programmes favorisant l'épanouissement des talents). Critères permettant de déterminer les cinéastes de la relève : 1 ^{er} , 2 ^e et 3 ^e film.	40% d'ici le 31 mars 2012
	Nombre de cinéastes de la relève ayant achevé une œuvre audiovisuelle à l'ONF.	50 d'ici le 31 mars 2012
	Nombre de participants aux programmes favorisant l'épanouissement des talents.	250
	Nombre de productions réalisées pour des projets spéciaux nationaux et internationaux. (nouvel indicateur)	Les cibles seront établies d'ici le 31 mars 2012

Faits saillants de la planification

L'ONF produit des œuvres audiovisuelles originales et innovatrices qui reflètent les diverses perspectives émanant des divers créateurs et communautés du pays. Cette activité de programme permet à des œuvres de voir le jour alors que le secteur privé seul aurait peine à les produire. Elle offre aux créateurs et créatrices la possibilité d'explorer les avancées artistiques et technologiques en matière de forme et de contenu. Cette activité fait également la promotion de la culture et des valeurs canadiennes lors d'événements historiques et culturelles importants.

Comme chef de file dans la création de contenu numérique innovateur, l'ONF produira plusieurs œuvres interactives, et ce, dans tous ses domaines de prédilection, documentaires Web, expériences interactives uniques et films d'animation. Parmi ces productions, notons le film d'animation *Burquette*, coproduit avec Cirrus, *Planet Zero*, documentaire interactif et application mobile, du réalisateur Kevin McMahon et du designer interactif, Pablo Vio. Certaines de ces productions seront en format 3D stéréoscopique, dont le long métrage documentaire *Les ailes de Johnny May*, de Marc Fafard et le court métrage expérimental *Lost Action* des cinéastes Philip Szporer et Marlene Millar créé en collaboration avec le chorégraphe et danseur reconnu Crystal Pite.

L'ONF produira de nombreux projets ayant pour thème différents aspects des cultures autochtones canadiennes et permettra ainsi à plusieurs cinéastes des premiers peuples de faire entendre leur voix. Parmi ces projets, notons, *Angry Inuk*, des réalisateurs inuits de la relève Stacey Aglok Macdonald et Alethea Arnaquq-Baril qui, dans un film pour la télévision, traiteront de l'importance du phoque dans les communautés inuites. Le programme pour la relève "Stories from Our Land", mis sur pied en collaboration avec le Nunavut Film Development Corporation donnera l'occasion aux créateurs du Nord d'exprimer, par le film et les nouveaux médias, leurs points de vue et leurs cultures, en inuktitut, aux gens de leur propre communauté.

De manière à assurer aux Canadiens et aux Canadiennes l'accès à diverses voix et à des contenus variés dans les deux langues officielles et à promouvoir la culture et les valeurs canadiennes, l'ONF s'investit dans des grands projets porteurs. Il collaborera notamment à la nouvelle exposition portant sur les Autochtones, qui se tiendra au Musée de la civilisation de Québec, développée en partenariat avec le Musée et l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC). L'ONF a également enclenché une réflexion sur l'épanouissement du français à l'ère du numérique et mis en place un plan d'action visant la valorisation de la langue française et le rayonnement de notre patrimoine audiovisuel au pays comme au sein de la francophonie. Ce plan se concrétisera entre autres par deux projets interactifs en 2011-2012 : *Parlez-vous encore français?*, en partenariat avec l'Université de Moncton,

grâce au Fonds interactif du Canada, et, *Mondoc.ca*, coproduit avec des partenaires du réseau de la santé de l'Ontario, l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario et TFO.

L'ONF poursuit, année après année, la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et de la créativité au sein des communautés de cinéastes et des autres communautés de créateurs qu'ils soient émergents ou d'expérience. Dans cette perspective, deux nouveaux cinéastes seront en résidence à l'ONF pour deux années, à compter de septembre 2011, où ils pourront élaborer et produire leurs projets à l'abri des pressions commerciales et dans un cadre stimulant qui fait une grande place à l'inventivité et à l'innovation. De plus, la réalisatrice renommée Léa Pool, terminera la production de *Pink Inc.*, long métrage documentaire qui retrace l'histoire du cancer du sein et des mouvements qui l'entourent.

L'ONF continuera à trouver de nouveaux et nombreux partenaires publics et privés, au Canada et ailleurs dans le monde. Parmi cette panoplie, notons un partenariat avec le Musée canadien des droits de la personne, un accord de coopération entre l'ONF et le Brésil (secrétariat de l'audiovisuel de la culture du Brésil) pour un projet interactif destiné à plusieurs plateformes et un partenariat avec Shorefast de Terre-Neuve, où l'ONF participe à un projet de revitalisation de l'île Fogo grâce à la contribution d'artistes engagés dans la formation de la relève.

Avantages pour les Canadiens et Canadiennes

Par l'entremise de cette activité de programme, l'ONF cherche à favoriser l'exploration d'enjeux sociaux contemporains, la connaissance et la compréhension du Canada auprès de sa population et des autres nations du monde et favoriser la connectivité entre les Canadiens et les Canadiennes.

L'ONF sert les Canadiens et Canadiennes en produisant un contenu culturel riche qui reflète les changements démographiques de la population du pays et qui n'aurait pu être produit facilement ailleurs. Les œuvres de l'ONF témoignent de la diversité des voix des contenus produits au Canada, dans les deux langues officielles ainsi que des efforts de créativité par les nouvelles technologies.

Alors que les Canadiens et Canadiennes consomment de plus en plus leur contenu média en ligne, l'ONF développe une nouvelle grammaire cinématographique qui se manifeste par de nouveaux formats de création et de diffusion numérique et par la production stéréoscopique (3D). L'institution joue un rôle de leadership dans la création de contenu numérique innovateur dans les deux langues officielles, elle contribue à une industrie des médias numériques compétitive et dynamique et à l'acquisition d'un vaste éventail de compétences qui bénéficie à tous les Canadiens et Canadiennes.

Activité de programme 2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire					
Ressources humaines (ETP) et Dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2011-2012		2012-2013		2013-2014	
ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues
140	15 778 \$	140	15 778 \$	140	15 778 \$

Résultats attendus de l'activité de programme	Indicateurs de rendement	Objectifs
Les auditoires canadiens et internationaux ont accès à la culture et au patrimoine canadiens et internationaux et interagissent avec les contenus.	Pourcentage de la population canadienne ayant vu une production de l'ONF.	70 % d'ici le 31 mars 2011 Un deuxième élément de référence s'ajoutera en mars 2012 pour le pourcentage de la population canadienne qui a vu une production de l'ONF au cours <u>des deux dernières années</u> .
	Nombre total de visionnages canadiens par canal d'accès.	30 millions d'ici le 31 mars 2012
	Nombre total de visionnages internationaux par canal d'accès. (nouvel indicateur)	Augmentation de 25% d'ici le 31 mars 2013 par rapport à l'année 2010-2011 pour les cibles internationales via Internet. Le cadre et les comparables pour les canaux traditionnels seront déterminés d'ici le 31 mars 2011. Les cibles le seront pour mars 2012.
	Nombre total de visionnages par niveau d'interaction. (nouvel indicateur)	Le cadre et les comparables pour les canaux traditionnels sera déterminé d'ici le 31 mars 2012. Les cibles le seront pour mars 2013.

Faits saillants de la planification

Conservation et préservation

Les productions de l'ONF, quelle que soit la source originale de l'œuvre, sont préservées et numérisées afin d'en assurer la pérennité et l'accessibilité aux Canadiens et Canadiennes, maintenant et à l'avenir. Cette activité réduit les risques de désuétude technologique, minimise les effets du temps sur les supports qui contiennent les œuvres, et garantit la sécurité physique de celles-ci. La préservation et la conservation nécessitent des outils et systèmes adéquats d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il est impératif de mettre du contenu canadien innovateur et de haute qualité à la disposition de la population du pays. Sans activité concertée en matière de conservation et de préservation, ce patrimoine culturel est en péril.

L'institution mettra en œuvre un plan de conservation des actifs audiovisuels. Il consiste à relocaliser, pour chacune de nos œuvres, au moins une source de première génération dans un autre lieu géographique. Pour l'année 2011-2012, l'ONF relocalisera approximativement 64 % de ses actifs audiovisuels. De plus, l'ONF complétera la mise en œuvre de son plan de numérisation et d'archivage numérique. Il sera alors en mesure de produire un master numérique source (MNS), un master numérique (MN) et un fichier pivot de chacune de ses œuvres. L'institution entend également déployer une version simplifiée et plus efficace de son système d'archivage numérique.

Par ailleurs, l'ONF procédera à l'automatisation de plusieurs flux de travail afin d'augmenter le volume d'œuvres numérisées pour lesquelles un master numérique source (MNS) sera créé. Notre objectif est de produire un tel fichier pour toutes les œuvres de notre collection au cours des quatre prochaines années. De même, la poursuite du plan de numérisation de l'ONF nous permettra de répondre aux différents besoins d'accessibilité et de saisir les opportunités d'affaires émergentes d'une manière plus efficiente. Enfin, nous déploierons également un système de gestion de nos actifs numériques (MAM – Media Asset Management) durant l'année 2011-2012. Ce système nous permettra une meilleure gestion de nos actifs numérisés en plus d'en faciliter la réutilisation pour répondre aux demandes d'accessibilité des Canadiens.

Accès des consommateurs et interaction

Cette sous-activité fait en sorte que les œuvres audiovisuelles canadiennes sont mises à la disposition des consommateurs canadiens et internationaux. Elle permet aux consommateurs individuels d'accéder aux produits culturels canadiens et d'interagir avec des contenus qui reflètent notre histoire et nos valeurs et font connaître et comprendre le

Canada aux Canadiens et aux habitants des autres nations. Ce faisant, les consommateurs nationaux et internationaux partagent une culture et un patrimoine canadiens dynamiques. Les mécanismes utilisés pour cette mise à disposition comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de marchés et de canaux diversifiés, p. ex. : salles, télévision, Internet /plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Au cours de la prochaine année, l'ONF prévoit augmenter le nombre d'œuvres audiovisuelles offertes dans sa salle de visionnage en ligne ONF.ca. Il passera à 2300 productions accessibles gratuitement sur une variété de plateformes numériques⁷ qui inclura un éventail encore plus grand de téléphones intelligents. La salle de visionnage en ligne ajoutera également de nouvelles fonctionnalités payantes de téléchargement. Pour un coût moindre que celui d'un DVD, les consommateurs d'ici et d'ailleurs pourront télécharger une copie numérique de nos œuvres et l'utiliser sur la plateforme de leur choix. En plus d'accroître la diffusion et l'accessibilité de ses œuvres, tout en générant des revenus additionnels pour ces activités, l'ONF augmentera le nombre d'ententes avec des agrégateurs de contenus. Nous viserons particulièrement des entreprises telles que Rogers, MSN, Daily Motion, Hulu, etc.

Ces efforts pour accroître l'accessibilité de nos œuvres s'accompagnent d'initiatives visant une meilleure interaction avec nos diverses clientèles. L'ONF mettra en œuvre une stratégie afin de mesurer et augmenter le niveau de fidélité des consommateurs à l'institution. En plus du marché consommateur, cette stratégie touchera les clients institutionnels et internationaux. Son objectif est d'accroître le nombre de visionnages en ligne et la participation des internautes à nos productions interactives.

Enfin, l'ONF travaillera à la préparation d'un coffret DVD sur la nation inuite en plus d'y consacrer un site Internet qui regroupera toutes les œuvres réalisées par des artistes inuits ou qui ont cette nation pour thème. Ce projet, réunissant un grand nombre d'intervenants locaux, vise à mieux faire connaître ce peuple aux Canadiens et Canadiennes du sud. L'ONF souhaite distribuer une copie de ce coffret dans tous les foyers inuits du Canada et dans de nombreuses écoles du pays.

Accès des marchés institutionnel et éducatifs et interaction

Cette sous-activité permet aux organismes éducatifs et institutionnels canadiens et internationaux de mettre des produits culturels canadiens et leurs valeurs inhérentes à la disposition de leurs membres et des élèves. Elle soutient la distribution des œuvres

⁷ Ce nombre inclut les productions complètes, les bandes annonces et des extraits de production.

audiovisuelles et contenus canadiens, lesquels comprennent des ateliers éducatifs et des activités pédagogiques, aux auditoires des marchés institutionnel et éducatif, au Canada et à l'étranger, ainsi que l'utilisation de ces oeuvres et contenus par ces auditoires. Les productions et les contenus de l'ONF doivent être largement accessibles, mis en valeur et distribués sur les marchés éducatifs canadien et international (personnel enseignant, écoles, commissions scolaires, collèges, universités et ministères de l'éducation) ainsi que sur les marchés institutionnels (bibliothèques publiques, services sociaux et de soins de santé, associations communautaires et culturelles, entreprises) afin de favoriser l'interaction de la jeunesse canadienne et d'enrichir les activités éducatives qui lui sont destinées. Les mécanismes utilisés pour la mise à disposition des productions et contenus comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de canaux diversifiés, p. ex. : Internet, plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Au cours de la prochaine année financière, l'ONF augmentera le nombre d'œuvres offertes exclusivement dans la salle de visionnage en ligne pour les écoles. Ainsi, plus de 450 nouveaux titres, arrimés au programme scolaire, seront accessibles aux abonnés de ce service. Ces titres s'accompagneront d'un riche éventail de contenus connexes, tels des guides pédagogiques, des suggestions d'activités en classe et des ateliers éducatifs pour les élèves et les professeurs. Parallèlement, les abonnés bénéficieront des nouvelles fonctionnalités de téléchargement sur ONF.ca.

Par ailleurs, afin de compléter notre offre d'ateliers pédagogiques offerts par la Médiathèque de Toronto et la CinéRobothèque de Montréal, l'ONF développera et mettra en ligne une série d'ateliers qui auront pour objectif de démythifier les médias numériques pour les jeunes. La migration de nos ateliers vers une plateforme Internet nous fera rejoindre un plus grand nombre de participants partout au Canada.

Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Par cette sous-activité, l'ONF permet à l'industrie audiovisuelle canadienne et internationale de participer à la promotion de la culture et du patrimoine canadiens par l'entremise de partenariats avec les secteurs public et privé. Ces partenariats facilitent les échanges de connaissances et de talents, favorisent une étroite collaboration avec l'industrie dans les principaux festivals et marchés (p. ex. les MIPTV, MIPCOM, BANFF Television Festival, Hot Docs, Les Rencontres internationales du documentaire de Montréal, CMPA Primetime, Sunny Side of the doc). Ils favorisent la participation à des discussions, des tables rondes, des compétitions et des remises de prix.

Au cours de l'année 2011-2012, l'ONF organisera encore une variété d'événements qui lui permettront d'interagir et d'échanger avec les joueurs clés de l'industrie canadienne et internationale du film et de la télévision.

Sur la scène internationale, l'ONF participera en 2011 au MIPTV et au MIPCOM qui sont annuellement organisées à Cannes. Ces foires commerciales sont des lieux de rencontres où l'ONF peut interagir avec les différents joueurs de l'industrie mondiale, que ce soit des producteurs, des distributeurs ou des acheteurs. Ces deux événements réservent une place grandissante à la production des médias numériques et leurs différents modes d'accessibilité, particulièrement en ligne.

Ces activités inclut la promotion et le marketing des œuvres de l'ONF aux événements de prestige, comme les nominations aux Oscars ou la participation aux expositions universelles ou encore des célébrations particulièrement significatives comme ce fut le cas de Québec en 2008. Date importante pour l'ONF, 2012 marquera le 100^e anniversaire de naissance de Norman McLaren, une figure marquante de l'animation, non seulement au Canada mais dans le monde. L'ONF est actuellement en discussions avec plusieurs partenaires afin d'organiser une rétrospective des œuvres et de la carrière de ce pionnier du film d'animation.

De plus, l'ONF souhaite collaborer avec le Festival international d'animation d'Annecy dans le but d'organiser une programmation 3D qui reconnaîtrait la contribution et l'expertise de l'ONF dans ce domaine et qui présenterait les œuvres les plus récentes de l'institution.

Enfin, en continuité avec notre entente de collaboration signée avec le Brésil, nous souhaitons organiser avec nos partenaires brésiliens une série d'ateliers et de séminaires portant sur l'œuvre du documentariste Pierre Perrault.

Avantages pour les Canadiens et Canadiennes

En facilitant l'accessibilité de ses œuvres et l'interaction avec ses différents auditoires, l'ONF contribue activement à rendre accessible à la population un contenu culturel canadien de qualité. La diffusion à grande échelle des œuvres de l'ONF contribue à l'apprentissage, stimule le discours social et favorise une société civile dynamique. De plus, la présence de nos œuvres sur une multitude de plateformes augmente la reconnaissance et la visibilité de l'ONF, ici et ailleurs dans le monde.

Alors que l'institution opère un virage technologique sans précédent, elle contribue activement à la définition d'une économie numérique pour le Canada et elle participe ainsi aux priorités du gouvernement en la matière. Par exemple, les efforts de conservation et de

préservation de l'ONF sont à la fine pointe des avancées technologiques dans le domaine et ils sont reconnus par les principaux acteurs de l'industrie. Le déploiement continu du plan de numérisation et d'archivage numérique de l'institution servira de pierre d'assise à nos activités d'accessibilité.

De plus, cette transformation technologique permet à l'ONF de servir les Canadiens et Canadiennes en proposant sa riche collection à plus de Canadiens et de le faire au moment et de la manière dont ceux-ci souhaitent en profiter. L'espace de visionnage en ligne ONF.ca et ses nouvelles fonctionnalités transactionnelles intégrées constitue un exemple éclatant de notre expertise et sa popularité témoigne admirablement bien de son adoption par les utilisateurs canadiens et du monde entier.

Le virage numérique représente également une occasion inestimable de connecter avec les jeunes du pays. Friandes de nouvelles technologies mobiles, cette population recherche des contenus innovateurs et stimulants. L'ONF est en mesure de combler ce besoin en proposant des histoires qui leur parlent, dans les deux langues officielles. Cette activité permet également à l'institution de renouveler son offre de contenu auprès de sa clientèle scolaire. Au cours de la prochaine année, les élèves canadiens et canadiennes pourront accéder aux contenus de l'ONF dans un environnement d'apprentissage riche, entièrement numérique et au moment de leur choix.

Activité de programme : Services internes					
Ressources humaines (ETP) et Dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2011-2012		2012-2013		2013-2014	
ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues	ETP	Dépenses prévues
50	8 251 \$	50	8 251 \$	50	8 251 \$

Faits saillants de la planification

Le plan stratégique de l'ONF fait une place importante aux initiatives de renouveau organisationnel. Il est essentiel pour l'ONF d'être flexible, efficient et visionnaire afin de relever les nombreux défis technologiques et saisir les opportunités que l'économie numérique offre à l'institution.

L'ONF poursuivra, en 2011-2012, la consolidation de ses différentes divisions afin d'en faire des équipes de travail intégrées et de faciliter les flux de travail dans toute l'organisation. Comme pour l'année précédente, le comité des opérations contribuera à une meilleure gestion horizontale de nos opérations. La prochaine année financière le verra jouer un rôle plus important dans la prise en charge des grands projets de reddition de compte auprès du gouvernement ainsi que dans l'application rigoureuse des politiques gouvernementales. De plus, il agira à titre de comité consultatif pour certains projets d'envergure, notamment l'implantation d'une application de gestion des contenus numériques (Media Asset Management). Toutes ses priorités visent un meilleur fonctionnement de l'ONF et une utilisation optimale de notre allocation parlementaire.

Les défis technologiques auxquels fait face l'ONF nécessitent des ressources humaines qui détiennent des compétences et un savoir-faire de pointe. L'institution reconnaît également que la formation, en plus de répondre à des besoins opérationnels importants, contribue à l'épanouissement et à l'avancement de son personnel. Pour l'année financière 2011-2012, l'ONF mettra encore l'accent sur la formation dans le domaine des nouvelles technologies de production et d'accessibilité, notamment pour la production 3D. À cette fin, nous produirons un plan intégré de formation pour l'ensemble des divisions de l'institution. Cela permettra d'optimiser nos ressources et de réduire les possibles doublons.

En 2010-2011, l'ONF a complété le plan fonctionnel et technique en vue du déménagement du Bureau de Montréal dans un lieu plus central, traduisant mieux la nature innovatrice et créative de l'ONF. En collaboration avec PCH et TPSGC, l'ONF a présenté son projet de relocalisation aux agences centrales et ce processus se poursuivra au cours de la prochaine année.

GESTION FINANCIÈRE

En réponse aux mesures de contrôle des coûts contenues dans le budget 2010-2011, l'ONF a mis en place des mécanismes de contrôle et de suivi efficaces afin de respecter les exigences du gouvernement. L'institution implantera les différentes politiques gouvernementales de nature financière et s'assurer que ces nouvelles exigences s'intègrent dans le cycle intégré et continu des opérations financières de l'ONF.

CADRE DE RESPONSABILISATION DE GESTION

Durant l'automne 2010, l'ONF a fait partie de la ronde 8 du cadre de responsabilisation de gestion. Cet exercice d'évaluation de nos activités de gestion est une occasion unique de validation de nos méthodes et de nos processus. Quand les résultats de notre évaluation seront reçus, l'institution prendra les mesures nécessaires afin de mettre en place les améliorations qui nous auront été suggérées.

POLITIQUES D'INVESTISSEMENT ET DE GESTION DE PROJETS

En 2011-2012, l'ONF mettra en place les nouvelles politiques sur la planification des investissements et sur la gestion de projets. L'ONF a déjà mis en place la structure qui lui permettront de se conformer à ces nouvelles politiques. S'appuyant sur son plan de capitalisation, l'ONF développera un plan d'investissement conforme aux obligations de la politique.

Avantages pour les Canadiens et Canadiennes

L'activité de programme services internes soutient efficacement les activités de programmes de production et d'accessibilité. Elle contribue de manière importante à la gouvernance d'entreprise et à la gestion de nos activités stratégiques et opérationnelles. Elle met en place les outils de soutien et de suivi nécessaires pour s'assurer que les Canadiens et les Canadiennes profitent des avantages offerts par les activités de l'ONF.

En se conformant aux exigences du gouvernement canadien en matière de saine gestion des fonds publics, l'ONF participe à une meilleure utilisation des ressources qui lui sont allouées et il contribue au leadership du secteur public en matière d'imputabilité, de transparence et d'efficience.

Section III : Renseignements supplémentaires

États financiers prospectifs

Pour consulter les états financiers prospectifs de l'ONF, cliquer sur le lien suivant :

<http://www.onf-nfb.gc.ca/medias/download/documents/pdf/onf-etats-financiers-prospectifs-2011-2012.pdf>

État prospectif condensé des opérations

Pour l'exercice (prenant fin le 31 mars)
(en milliers de dollars)

	Variation en %	État prospectif 2011-2012	État prospectif 2010-2011
Dépenses		75,493 \$	74,976 \$
Total des dépenses	0,7	75,493 \$	74,976 \$
Recettes		6,124 \$	5,482 \$
Total des recettes	11,7	6,124 \$	5,482 \$
Coût de fonctionnement net	-0,2	69,369 \$	69 494 \$

Faits saillants

Les dépenses d'opérations présentent une augmentation de 517 000 \$ principalement en raison de l'initiative du coffret DVD sur le peuple inuit et la création d'un site Internet qui regroupera l'ensemble des œuvres à leur sujet ou par des membres de leur communauté. Avec l'aide de différents partenariats, cette initiative permettra également d'accroître substantiellement les revenus de l'ONF, ce qui explique en majeure partie l'augmentation de 12% des revenus présentée dans le tableau.

Liste des tableaux supplémentaires

La version électronique de tous les tableaux de renseignements supplémentaires apparaissant dans le Rapport sur les plans et priorités 2011-2012 est accessible sur le site <www.tbs-sct.gc.ca/rpp/2011-2012/info/info-fra.asp> du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

- Tableau 6 : Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles
- Tableau 10 : États des résultats et utilisation prévue des autorisations